

**EMBAIXADA DO BRASIL EM TÓQUIO**  
**SETOR DE PROMOÇÃO COMERCIAL**

**BOLETIM DE MERCADO**  
**O MERCADO DE FRUTAS “IN NATURA” NO JAPÃO**

***Quadro Geral***

Este boletim analisa o mercado de frutas frescas no Japão, excetuando a manga, que é tratada separadamente no boletim sobre “Mangas ‘in natura’”. Com a exceção da manga da categoria *Tommy Atkins*, a importação de frutas frescas brasileiras é atualmente proibida no Japão de acordo com o disposto na “Plant Protection Law Enforcement Regulations”. Entretanto, poderão surgir oportunidades futuras para outras frutas frescas brasileiras como a papaia, o limão lima e outras frutas tropicais.

Os consumidores japoneses desfrutam hoje de uma grande oferta de frutas de clima temperado, provenientes principalmente do próprio arquipélago, e tropical, originárias essencialmente dos países asiáticos circunvizinhos e também do México, da Austrália e dos EUA. Se comparados aos níveis de consumo de legumes, que fazem hoje parte da alimentação básica japonesa, o consumo de frutas no mercado nipônico, entretanto, ainda é bastante reduzido. Pode-se afirmar, na atualidade, que as frutas no Japão são consideradas como uma alternativa “extra” de consumo e não como uma fonte saudável e importante de alimento. As frutas ainda não gozam de uma posição bem definida nas refeições rotineiras dos japoneses (com exceção talvez do café da manhã) e por isso enfrentam a “concorrência” dos “snacks” de diversos tipos.

De maneira geral, o consumo de frutas nos lares japoneses se dá durante o café da manhã e após o jantar, que no Japão costuma ocorrer por volta das 18 às 19 horas. O menor consumo de frutas se deve muito possivelmente ao consumo alternativo de bebidas não alcoólicas, além de diversos tipos de “snacks”, biscoitos, etc.

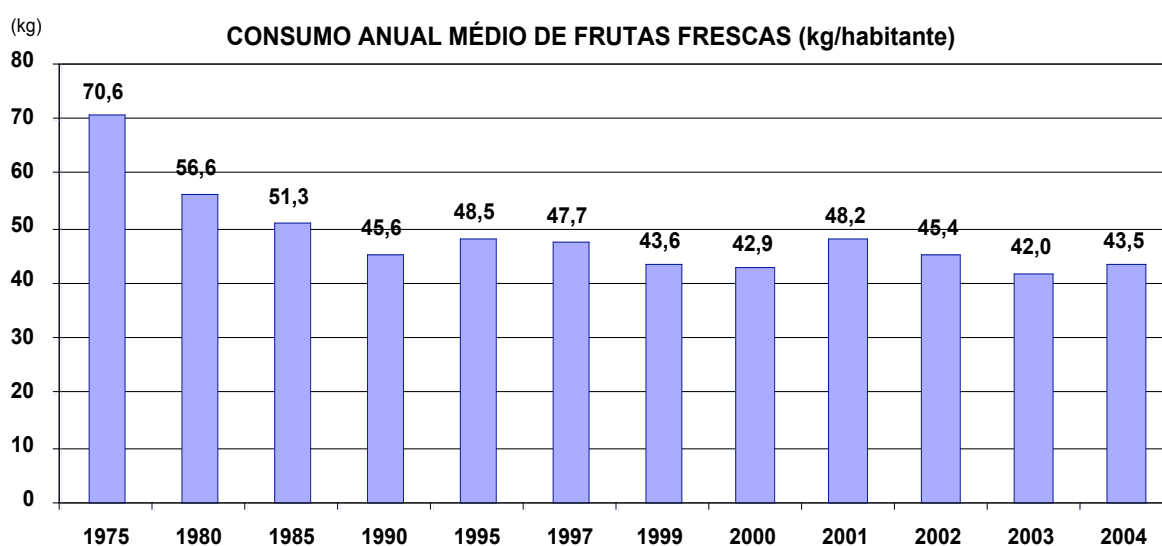
É bastante comum oferecer presentes durante visitas a pessoas idosas ou doentes (“omimai”) a quem muitas vezes presenteia-se com uma cesta de frutas que pode incluir, como mostra de requinte, um melão. Em julho (“oseibo”) e em dezembro (“ochugen”) são também oferecidas frutas em embalagens especiais a pessoas a quem se quer agradecer um favor ou mesmo nas

relações com clientes especiais. Tal prática pode explicar em grande parte a busca por frutas de aspecto impecável ou de dimensões e qualidade fora do comum. É importante mencionar que os preços destas embalagens de frutas para presentes são elevados e considerados diferencial especial.

Algumas especificidades próprias do mercado merecem destaque, tal como a importância das estações e, em um país marcado pelas mais diversas tradições culturais, a existência de hábitos de consumo bastante arraigados. No Japão consome-se, assim, os morangos na primavera, acompanhados de creme de leite ou de leite condensado; no inverno, o consumo concentra-se, talvez por questões de preço e de valorização do produto nacional, em tangerinas e maçãs. Existem ainda outras particularidades: as uvas são descascadas antes de serem consumidas, apesar do desenvolvimento de espécies com casca fina; as maçãs e as pêras não são consumidas individualmente, mas cortadas e descascadas para, depois, serem divididas com outras pessoas.

A grande preocupação que permeia o setor de alimentos no mercado nipônico é a procura de produtos saudáveis, de origem bem definida, que venha a atender as preocupações do consumidor quanto às características do produto.

Quanto ao nível de consumo, os resultados das pesquisas amostrais realizadas pelo Ministério da Saúde, do Trabalho e do Bem-Estar demonstraram que o consumo de frutas sofreu uma queda acentuada de 1975 até 1990, entretanto, a partir de 1990 o consumo tem-se mantido praticamente estável sem grandes variações na faixa entre 42,0 kg a 48,5 kg por habitante anualmente.



***A produção doméstica e as importações***

Em 2005, com a exceção da laranja "iyokan", ocorreu uma recuperação de produção doméstica de frutas. Em comparação ao ano anterior foram registrados aumentos de produção de tangerina (6,8%), maçã (8,6%), pêra (10,1%), caqui (22,8%), uva (6,8%), pêsego (14,5%) e ameixa (7,9%). Tal crescimento foi resultado da recuperação aos níveis anteriores a 2004, quando a fruticultura japonesa sofreu queda acentuada de produção devido a danos causados pelos tufões que atingiram as regiões de plantio, sobretudo de frutas como tangerina, maçã e caqui, que sofreram, respectivamente, uma redução de 7,5%, 10,5% e 12,5% em relação a 2003.

**PRODUÇÃO JAPONESA DE FRUTAS FRESCAS**

Unidade: mil toneladas

	2002	2003	2004	2005
Tangerina	1.131	1.146	1.060	1.132
Maçã	926	842	754	819
Pêra	376	332	328	361
Caqui	269	265	232	285
Uva	232	221	206	220
Laranja "Iyokan"	139	120	131	123
Pêssego	175	157	152	174
Ameixa	113	88	114	123

Fonte: Ministério da Agricultura, das Florestas e da Pesca

Em termos de volume, as importações de 2005 foram dominadas pelas bananas (60%), seguidas dos "grapefruits" (11%), os abacaxis (9%), as laranjas (6%) e os limões (4%), totalizando 1,79 milhão de toneladas. Esse número representa um decréscimo de 2,5%, em relação ao ano anterior, em termos de volume.

Quanto às países de origem, na maioria dos casos, para cada fruta um único país detém posição nítida de principal fornecedor do mercado nipônico. Em termos de volume, os abacaxis vêm das Filipinas (98%), os morangos dos EUA (96%), os abacates do México (95%), os kiwis da Nova Zelândia (91%), as bananas das Filipinas (89%), as laranjas dos EUA (73%), os melões do México (73%), as uvas do Chile (73%), os limões dos EUA (71%), as papaias das Filipinas (57%) e dos EUA (42%), as mangas das Filipinas (52%), os pomelos ("grapefruits") da África do Sul (47%) e dos EUA (45%).

Vale destacar que ao contrário das frutas de origem nacional, os produtos importados passam pelas mãos de grandes atacadistas, que as revendem aos atacadistas secundários, ou a outros agentes do mercado. No que se refere ao varejo, cerca de metade das frutas são adquiridas nos supermercados e um quarto destas nas lojas especializadas. As frutas podem ainda ser encontradas em menor quantidade, nas "delicatessen" das grandes lojas de departamento. Nestas últimas podem ser encontradas frutas de grande qualidade, empacotadas para presente, que alcançam altos valores, como é o caso de alguns melões especiais que são vendidos a US\$ 100 ou mais a unidade.

**IMPORTAÇÃO JAPONESA DE FRUTAS FRESCAS**

	VALOR (US\$ mil)				QUANTIDADE (toneladas)			
	2003	2004	2005	Part. (%)	2003	2004	2005	Part. (%)
<b>FRUTAS TROPICAIS</b>	<b>698.062</b>	<b>786.197</b>	<b>783.785</b>	<b>52%</b>	<b>1.147.600</b>	<b>1.214.384</b>	<b>1.266.664</b>	<b>71%</b>
Banana	542.145	591.661	584.255	39%	986.643	1.026.014	1.066.873	60%
Abacaxi	64.396	85.399	88.485	6%	122.690	142.281	155.426	9%
Mamão	11.355	12.599	10.817	1%	3.986	4.763	4.075	0%
Manga	30.546	38.307	40.265	3%	10.307	12.336	12.139	1%
Abacate	49.620	58.231	59.964	4%	23.973	28.991	28.150	2%
<b>FRUTAS ZONA TEMPERADA</b>	<b>303.504</b>	<b>368.806</b>	<b>337.968</b>	<b>22%</b>	<b>119.982</b>	<b>138.343</b>	<b>125.694</b>	<b>7%</b>
Kiwi	120.534	165.596	154.303	10%	49.712	61.955	59.435	3%
Cereja	96.726	99.766	94.742	6%	14.526	13.941	12.363	1%
Melão	34.510	43.835	36.166	2%	38.816	44.322	38.995	2%
Uva	19.372	24.050	19.732	1%	12.751	13.873	10.955	1%
Morango	32.362	35.560	33.025	2%	4.177	4.251	3.947	0%
<b>FRUTAS CÍTRICAS</b>	<b>432.628</b>	<b>466.256</b>	<b>393.946</b>	<b>26%</b>	<b>481.649</b>	<b>486.196</b>	<b>400.288</b>	<b>22%</b>
Limão e lima	105.910	105.535	97.103	6%	90.234	84.749	78.894	4%
Laranja	95.895	101.938	103.770	7%	117.087	112.937	115.433	6%
Pomelo ("grapefruit")	230.822	258.783	193.073	13%	274.328	288.510	205.961	11%
<b>TOTAL</b>	<b>1.434.194</b>	<b>1.621.260</b>	<b>1.515.700</b>	<b>100%</b>	<b>1.749.230</b>	<b>1.838.923</b>	<b>1.792.646</b>	<b>100%</b>

Fonte: Ministério da Agricultura, das Florestas e da Pesca

***Acesso ao Mercado***

As autoridades sanitárias e os consumidores japoneses são particularmente zelosos no que diz respeito à segurança alimentar em seu país. Por isso, todo exportador brasileiro deverá submeter um pedido formal de acesso ao mercado nipônico através do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento e do Ministério das Relações Exteriores. Trata-se, entre outras exigências, de comprovar junto aos técnicos japoneses que a fruta fresca exportada, exceto coco e abacaxi, após tratamento hidrotérmico, está livre de larvas da "Mosca do Mediterrâneo". Na atualidade, esse processo, que prevê o monitoramento fitossanitário por especialistas japoneses e brasileiros, pode levar alguns anos, mas as modernas técnicas de irradiação que, em breve, deverão estar sendo paulatinamente implantadas nos grandes pólos produtores, deverão facilitar e abreviar a superação dessa barreira.

## REGIME TARIFÁRIO

	Produto	Tarifa "ad valorem"
0803	Banana	10% (entre 1/abr a 30/set) (SGP)
		20% (entre 1/out a 31/mar) (SGP)
0803	Banana	10% ou 20% (SGP)
0804.30	Abacaxi	17% (WTO)
0804.40	Abacate	3% (WTO)
0804.50	Manga e Goiaba	Isento (SGP)
0805	Frutas Cítricas (laranja)	16% (entre 1/jun a 20/nov)
		32% (entre 1/dez a 31/mai)
0806	Uva	17% (entre 1/mar a 31/out)
		7,8% (entre 1/nov a fim/fev)
0807.11/19	Melancia e Melão	6% (WTO)
0807.20	Papaia	Isento (SGP)
0808	Maçã	17% (WTO)
0810.05	Kiwi	6,4% (WTO)
<p>- Será cobrado o imposto sobre o consumo de 5% sobre o valor CIF.</p> <p>- Todos os produtos acima relacionados estarão sujeitos a regulamentação japonesa prevista no <i>Plant Quarantine Law</i> do Ministério da Agricultura, das Florestas e da Pesca, e <i>Food Sanitation Law</i> do Ministério da Saúde, do Bem Estar e do Trabalho.</p>		

Fonte: *Customs Tariff Schedules of Japan 2006*

**Principais Feiras do Setor**

- **FOODEX JAPAN – International Food & Beverage Exhibition**

Feira anual realizada em março no *Nippon Convention Center – Makuhari Messe* (Província de Chiba) e organizada pela *Japan Management Association* (<http://www.jma.or.jp/FOODEX/>)

- **JAPANFOOD & FOODTECH**

Feira bianual realizada em outubro no Intex Osaka (Província de Osaka) e organizada pela *Osaka International Trade Fair Commission* (<http://oitfc.fair.or.jp/>)

- **INTERNATIONAL FOOD FAIR IN KITAKUSHU**

Feira bianual realizada em outubro no West Japan General Exhibition Center Annex (Província de Fukuoka) e organizada pela *Nishinippon International Trade Fair Commission* (<http://www.iff-kitaq.jp/>)

Para mais informações, favor contatar:

Setor de Promoção Comercial  
Embaixada do Brasil em Tóquio  
2-11-12 Kita Aoyama, Minato-ku,  
Tokyo 107-8633 Japan  
Tel.: (81-3) 3405-6838  
Fax: (81-3) 3405-5846  
Email: [secom@brasemb.or.jp](mailto:secom@brasemb.or.jp)

**IMPORTANTE**

Os estudos e boletins de mercado elaborados pelo Setor de Promoção Comercial da Embaixada do Brasil em Tóquio (SECOM/Tóquio) são uma indicação das oportunidades oferecidas às empresas brasileiras interessadas em desenvolver negócios no Japão. O SECOM/Tóquio se dispõe a receber comentários sobre este Boletim de Mercado, mas não se responsabiliza pelos resultados de iniciativas comerciais inspiradas nos dados aqui contidos.